

V Всеукраїнська студентська науково - технічна конференція "ПРИРОДНИЧІ ТА ГУМАНІТАРНІ НАУКИ.
АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ"

УДК 339:13

Кутрань В. – ст. гр. БФм-51

Тернопільський національний технічний університет імені І. Пулюя

ОСОБЛИВОСТІ ВДОСКОНАЛЕННЯ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Науковий керівник: к.е.н., доцент Константюк Н.І.

За сучасних умов функціонування ринку, що характеризуються підвищенням рівнем ризику і невизначеністю, підприємства змушені постійно еволюціонувати. Насиченість всіх ринків товарами такою мірою, що компаніям доводиться боротися за покупців, приводить до розуміння виняткової ролі збуту у діяльності фірми. Продукція або послуга, вироблена фірмою, повинна бути продана з урахуванням всіх переваг і побажань клієнтів, та з отриманням найбільшої вигоди. Досягти цього можливо лише за умови ефективної збутової діяльності підприємства.

Збутова діяльність – це цілісний процес, який охоплює планування обсягу реалізації товарів з урахуванням рівня прибутку, що планується; пошук і вибір найкращого партнера – покупця; проведення торгів, включаючи встановлення ціни відповідній якості товару та інтенсивності попиту; виявлення й активне використання факторів, здатних прискорити збут продукції та збільшити прибуток від реалізації.

Особливості збутової діяльності підприємства визначаються його збутовою політикою, яка базується на маркетингових стратегіях в галузі збуту і визначається як сукупність тактичних заходів щодо формування попиту, встановлення взаємовідносин з покупцями, ціноутворення, транспортування, товарообороту, стимулювання збуту, сервісу і реклами, спрямованих на реалізацію стратегій і досягнення цілей збутової діяльності підприємства. Постійне зростання витрат, що пов'язано з реалізацією продукції, посилення конкуренції на ринках збуту, підвищення вимог споживачів до якості сервісного обслуговування, суттєво посилюють значущість ефективного управління збутом у діяльності будь-якого підприємства.

Збутова політика підприємства має бути побудована таким чином, щоб забезпечити йому найкращі конкурентні позиції на ринку за найоптимальнішого розміру витрат.

Підприємства зможуть забезпечити перспективу свого існування на основі стратегічного управління, одним з найважливіших компонентів якого є процеси формування і реалізації збутових стратегій підприємства:

- для посилення цільової орієнтації збутової діяльності підприємствам доцільно розроблювати стратегії взаємовідносин з покупцями;

- для забезпечення нарощування і активного використання маркетингових, інформаційних, управлінських і комунікаційних можливостей в сфері збуту підприємствам необхідно вибирати оптимальну стратегію управління збутовим потенціалом, при цьому маркетингові детермінанти комплексної системи збутового потенціалу слід визначати з урахуванням стадії життєвого циклу цільового ринку;

- з метою удосконалення адаптивного механізму підприємствам слід розроблювати стратегії управління збутовими ризиками.

Отже, в мінливому ринковому середовищі одним з найважливіших принципів, на яких повинна базуватись організація збутової діяльності є принцип забезпечення її стратегічного спрямування, що можливо при таких умовах, як посилення маркетингової орієнтації підприємства, систематичне виявлення ризиків і маркетингових можливостей в зовнішньому середовищі; забезпечення ефективної довгострокової маркетингової взаємодії підприємства з покупцями і бізнес-суб'єктами; встановлення і корегування стратегічних цілей; розробка збутових стратегій підприємства.